



GERAÇÕES

XYZ

Entendendo o perfil dos profissionais que
vem tomando conta do mercado






ÍNDICE

- 03 *PROPÓSITO DO E-BOOK***
- 04 *O AMBIENTE PROFISSIONAL NOS DIAS DE HOJE***
- 07 *OS VETERANOS E OS BABY BOOMERS***
- 12 *AS GERAÇÕES QUE DOMINAM O MERCADO DE
TRABALHO***
- 17 *USO DA INTERNET E PRODUTIVIDADE***
- 20 *CONSIDERAÇÕES FINAIS***



PROPÓSITO DO EBOOK



Este e-book tem como objetivo sugerir uma reflexão sobre as diferentes gerações presentes no mercado de trabalho, assim como reconhecer suas características e potencialidades, aumentando o entendimento e engajamento nos mais diversos tipos de empresas. Nos dias atuais, o processo de identificação dos padrões de comportamento é essencial para a implantação de um processo de comunicação afetivo e para a criação de ambiente propício ao desenvolvimento de criatividade e times cada vez mais produtivos.

Será traçado também uma visão histórica, que envolve os aspectos sociais, culturais e morais em momentos passados, explorando as gerações veteranas, nascidas em grandes momentos da história da humanidade, como a Primeira e Segunda Guerra Mundial, até os seus filhos, netos e bisnetos, que nasceram em um mundo altamente conectado.

Através de contextualização e informação, buscou-se entender o perfil dos profissionais que vem, cada vez mais,

tomando o mercado de trabalho no Brasil e no mundo. Afinal de contas, é importante saber lidar com cada uma dessas gerações a fim de evitar a criação de ciclos organizacionais e outros tantos problemas nocivos a organização.

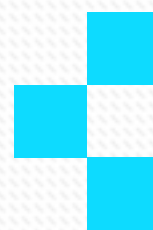
O AMBIENTE PROFISSIONAL NOS DIAS DE HOJE


Com o rápido avanço da tecnologia e processos cada vez mais complexos de comunicação, o mercado de trabalho tornou-se um ambiente bastante desafiador. As empresas precisam se adaptar a um mercado cada vez mais competitivo, onde é necessário otimizar equipes e ter conhecimento pleno sobre o perfil dos colaboradores para obtenção de melhores resultados.

Esta é a realidade dos ambientes corporativos contemporâneos, formados por colaboradores que fazem parte de gerações mais recentes (Y e Z), coexistindo com gerações passadas, com hábitos e culturas totalmente diferentes.

Para que se possa manter um time engajado e produtivo, nestes cenários, é de extrema importância conhecer as diferenças entre os perfis, assim como saber lidar com equipes cada vez mais heterogêneas.

A identificação das gerações serve exatamente para isso. Não somente como um modelo de classificação, mas como um grupo segmentado, por faixa etária e





características específicas, onde é possível identificar padrões e comportamentos. O entendimento das gerações auxilia na construção de times cada vez mais engajados e produtivos, trazendo grande diferencial para a organização.

Desde o século XX, essa forma de rotulação vem ganhando destaque. Embora não seja aceita por algumas áreas do conhecimento, é vastamente utilizada nos dias atuais para entendimento dos perfis dos indivíduos. Ao invés de separar indivíduos por uma metodologia simplista, como sexo, idade ou renda, essas gerações sociais são categorizadas por critérios diferenciados.

Portanto, é extremamente impreciso falar de comportamentos associados à um adolescente do ano 1970 e outro dos anos 2000. Isso porque são épocas diferentes, com contextos sociais, morais, políticos e econômicos totalmente distintos.


**“75% DAS INSTITUIÇÕES
POSSUEM PROBLEMA DE
CONFLITO ENTRE GERAÇÕES
E 70% NÃO IDENTIFICOU UMA
RESOLUÇÃO DEFINITIVA PARA
ISSO.”**

Dessa forma, surgiu a necessidade de agrupar indivíduos, independente de suas idades. Uma pessoa que nasceu em 1970, por exemplo, continuará sendo da Geração X mesmo quando tiver uma idade mais avançada.

Logo, por mais vantajoso que seja para uma empresa a diversidade de gerações, pesquisas apontam que ainda existe conflito entre elas no ambiente profissional. Um estudo da Amcham Brasil (Câmara Americana de Comércio) mostrou que 75% das instituições possuem esse tipo de problema e 70% delas ainda não identificou uma forma definitiva para resolução do mesmo.

As gerações X, Y e Z vem tomando conta do mercado, ano após ano. Formadas por jovens e adultos, têm hábitos similares, mas, ainda assim, extremamente diferentes. Para poder conhecer essas gerações, no entanto, primeiro é necessário entrar um pouco em conceitos históricos.





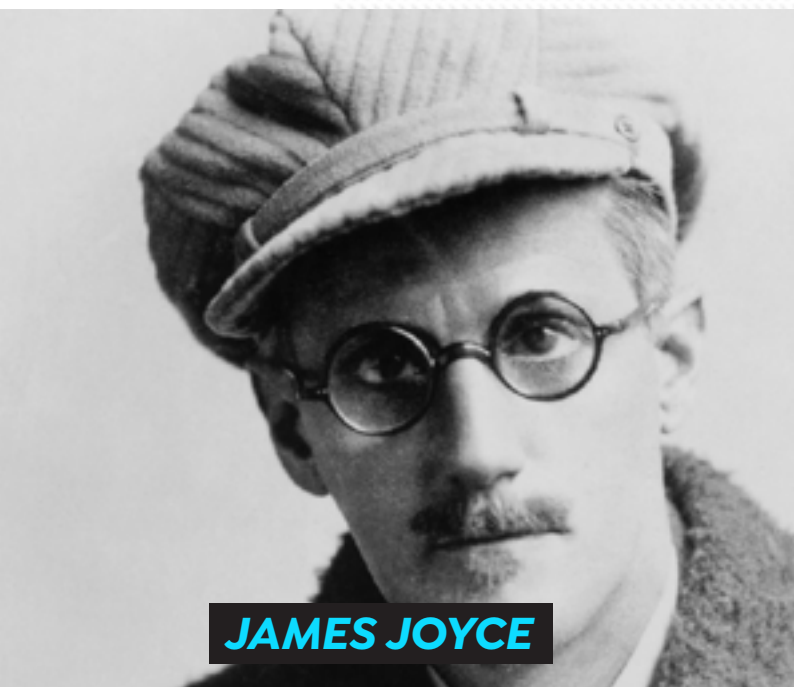
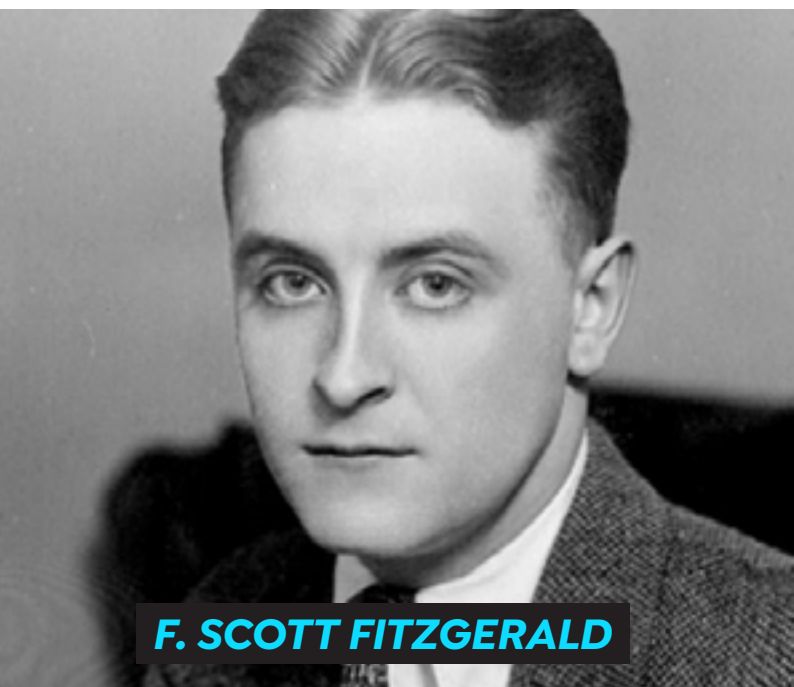
OS VETERANOS E OS BABY BOOMERS

Não é possível reconhecer a influência de uma empresa sem conhecer o passado que a fez chegar onde chegou. Da mesma forma, é de suma importância a contextualização de outras gerações que são a base dessa pirâmide e que influenciaram, direta ou indiretamente, no conceito das gerações que dominam o mercado atual. As próximas três gerações dão grande valor a família, trabalho e moral.

É importante ressaltar, porém, que todas elas vêm de processos que ocorreram em grandes momentos da história e com forte presença de países da América do Norte e Europa. Ainda assim, a classificação é dada em escala global, pois tais eventos influenciaram na estrutura social, econômica, moral e política de todo o mundo.

A GERAÇÃO PERDIDA

The Lost Generation, ou Geração Perdida, é o nome dado às pessoas que nasceram entre 1883 e 1900. Embora a fundadora tenha sido a escritora e poeta estadunidense Gertrude Stein, o termo só se popularizou em um romance de Ernest Hemingway, *O Sol Também Se Levanta*.



Escritores como T.S. Eliott, F. Scott Fitzgerald e James Joyce fazem parte desse grupo, além de nomes de ditadores como Adolf Hitler e Benito Mussolini. The Lost Generation é designado para os adolescentes que lutaram na Primeira Guerra Mundial.

Com o intuito de designar um grupo de artistas que estavam na França no final da Primeira Grande Guerra e que utilizavam o país para promover suas manifestações artísticas e filosóficas, “A Geração Perdida” ganhou grande adesão de vários autores da época.

O termo foi concebido justamente pelo momento que o mundo vivia na época. Estavam “sem sentido” e “sem rumo” em um contexto pós-guerra e que, quando adultos, os levaria aos “Loucos Anos 20” e, posteriormente, para a Grande Depressão de 1929.

A GERAÇÃO GRANDIOSA

Sucessora da Geração Perdida, esta geração é cunhada para aqueles que nasceram de 1901 à 1924. Foram os indivíduos que cresceram em meio a Grande Depressão nos Estados Unidos e participaram dos combates na Segunda Guerra Mundial, assim como no esforço de guerra no home front.



JUDY GARLAND



GEORGE H. W. BUSH

O termo só foi designado em 1998 no livro *The Greatest Generation*, do jornalista Tom Brokaw. Nele, Brokaw escreveu que esta é a maior geração que qualquer sociedade já produziu e que esses homens e mulheres não lutaram por fama ou reconhecimento, mas porque era a coisa certa a se fazer.

Célebres indivíduos dessa geração são a atriz Judy Garland e o ex-presidente dos Estados Unidos, George H. W. Bush.

A GERAÇÃO SILENCIOSA

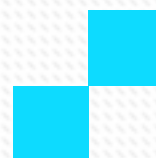
Os “Silenciosos” são assim chamados por serem focados em suas carreiras ao invés do ativismo. Muitas pessoas que fazem parte dessa geração, portanto, foram encorajadas a acomodar-se com as normas sociais da época.



PELÉ



JOHN LENNON



Nascidos entre 1925 e 1942, justamente entre a Grande Depressão e a Segunda Guerra Mundial, na vida adulta também presenciaram a Guerra da Coreia. A Geração Silenciosa esteve presente no nascimento do rock e no movimento dos direitos civis. Milton Nascimento, Pelé, John Lennon e Freddie Mercury fazem parte deste grupo.

BABY BOOMERS

O nome dado para essa geração se refere ao conhecido Baby Boom, período após a Segunda Guerra Mundial onde houve um aumento significativo da natalidade na América do Norte, Europa e Austrália.

Os Baby Boomers nasceram entre 1943 e 1964, representando cerca de 20% do público estadunidense hoje em dia. Os indivíduos dessa geração tendem a ser mais conservadores e tradicionais, por isso não são inteiramente adeptos da tecnologia. Bill Clinton, George W. Bush e Donald Trump fazem parte desse grupo.



BILL CLINTON



DONALD TRUMP

O QUE FOI O BABY BOOM?

Baby Boom foi uma explosão demográfica genérica para definir crianças que nasceram neste período. Estima-se que cerca de 32 milhões de bebês nasceram na década de 40 somente nos Estados Unidos, isso sem contar os quase 11 mil partos por dia em 1954.



AS GERAÇÕES QUE DOMINAM O MERCADO DE TRABALHO

As gerações X, Y e Z são os filhos, netos e bisnetos das gerações anteriores. Nasceram em uma época onde a internet estava surgindo e a ciência, assim como a tecnologia, dava seus primeiros passos.

Hoje em dia, essas três gerações são as predominantes no mercado de trabalho. Por apresentarem ideais e comportamentos diferenciados, acabam entrando em

conflito no ambiente profissional. Isso dificulta muito o trabalho de relacionamento dos gestores, pois precisam saber lidar, diretamente, com cada um desses grupos.

Mas para que os líderes saibam se comunicar com seus colaboradores, deve-se conhecer o comportamento e características da geração a qual ele faz parte.

GERAÇÃO X

Os integrantes dessa geração nasceram entre 1965 e 1980, ou seja, logo depois do baby boom pós-Segunda Guerra Mundial.

A expressão “Geração X” foi criada por um fotógrafo húngaro chamado Robert Capa em 1950. Capa trabalhava em uma cooperativa de fotografia francesa, a Agência Magnum, e usaria o termo mais tarde como título de um ensaio para revista britânica “Picture Post” e a estadunidense “Holiday”. De acordo com o fotógrafo, o projeto era sobre homens e mulheres que cresceram depois da Segunda Guerra Mundial.

Mesmo com a criação da expressão por Capa, o termo sofreu alterações posteriores, especialmente entre os anos 60 e 70. Em 1964, um estudo de uma repórter inglesa, Jane Deverson, foi de extrema importância para a adequação do termo com a geração atual da época.

Nos estudos, feitos para a revista Woman’s Own, Jane concluiu que a juventude britânica era majoritariamente

composta por jovens ateus, que mantinham relações sexuais antes do casamento, odiavam a Rainha Elizabeth II e não seguiam regras estabelecidas pelos pais.

A pesquisa acabou não sendo publicada pela revista por ter conteúdo considerado polêmico. Alguns anos mais tarde, Deverson se juntou a outro jornalista, Charles Hamblett, e juntos

produziram um livro baseado nos estudos iniciais: “Generation X – Perfect Hits 1975 – 1981”. Dez anos mais tarde, então, o escritor canadense Douglas Coupland lançou o “Geração X: contos para uma cultura acelerada”, onde são narradas (de forma fictícia) o estilo de vida dos jovens desse grupo.

No Brasil, esses jovens já faziam uso de algumas tecnologias e participavam ativamente em acontecimentos como as “Diretas Já” e o término da ditadura militar.

CARACTERÍSTICAS

- *Correm atrás da individualidade sem excluir a vida social em grupo;*
- *São empreendedores;*
- *Rompem com os valores de gerações passadas;*
- *Buscam por seus direitos e liberdade;*
- *Tem menor respeito pela família comparado as gerações anteriores;*
- *Estabelecem equilíbrio profissional e pessoal.*

GERAÇÃO Y

Os “Ys” são formados por indivíduos nascidos entre o ano de 1980 e 1990 e cresceram em uma época de supervalorização da infância. Recebiam atenção e estímulos, especialmente por causa da prosperidade na economia, diferente da época de seus pais, membros da Geração X.

Imediatos e questionadores, a Geração Y vivenciou grandes avanços nos campos da ciência e tecnologia; por isso, são muito adeptos a elas. São também multitarefas, sendo capazes de ouvir música, ler e-mails, atender uma ligação etc sem atrapalhar em sua ambição profissional.

CARACTERÍSTICAS

- *Possuem autonomia;*
- *Têm capacidade de ser multitarefas;*
- *Altamente ligados com a tecnologia, em todos os sentidos;*
- *Optam por informação rápida e clara, além de possuir um grande fluxo delas;*
- *São consumidores assíduos de produtos e serviços;*

GERAÇÃO Z

Esta geração, também conhecida como iGeneration ou Plurais, são de pessoas nascidas por volta de 1991 até 2010. São nativos da era digital e muito familiarizados com a internet e ambientes virtuais. Tudo isso ocorre

por causa da alta valorização que seus pais, a Geração Y, dá para a tecnologia. Dessa forma, a Geração Z tem contato com computadores, celulares e tablets desde o berço.

Esse comportamento acentua a falta de interação e capacidade de trabalhar em equipe. Mas esta geração acredita fortemente em um mundo de igual e respeito entre diferenças. Além disso, o uso da modernidade e o conceito de ecologicamente correto são traços marcantes desta geração.

CARACTERÍSTICAS

São dinâmicos e ansiosos;

Responsáveis;

Conseguem realizar ações com pluralidade;

Vivem com tecnologia;

São inovadores e criativos;

Possuem alto senso crítico.

**A GERAÇÃO Z JÁ
REPRESENTA 25,9%
DA POPULAÇÃO
MUNDIAL.**





USO DA INTERNET E PRODUTIVIDADE

Até pouco tempo atrás, a Internet era um recurso disponibilizado de maneira restrita; apenas empresas grandes e renomadas tinham acesso a ela e, ainda assim, era um acesso extremamente limitado. Hoje é impossível imaginar empresas e pessoas sem as facilidades oferecidas pela internet.

A virtualização de processos – desde o registro de pontualidade dos funcionários até o relacionamento da instituição com seus clientes – é feito através de uma vasta interligação de computadores, serviços e protocolos. Com isso, é possível a conexão entre cidades, estados, países e continentes. De forma resumida, o mundo inteiro está conectado.

Ao passo que a internet serve como uma ferramenta que aumenta o desempenho e relações profissionais, ela também serve para saciar desejos individuais. O

entretenimento, hoje em dia, é fortemente relacionado ao meio virtual. Mídias sociais, por exemplo, produzem redes de pessoas segmentadas que compartilham gostos, interesses e opiniões parecidas.

É com extrema dificuldade que você encontrará alguém que não tenha acessado o Facebook ou Twitter, não escute suas músicas favoritas no Spotify e Apple Music ou, não assiste TV utilizando aplicativos como Netflix.

De acordo com um estudo realizado pelo Centro Regional de Estudos Para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic), em parceria com Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (NIC), aproximadamente 60% dos brasileiros utilizam internet. Redes Sociais e mensagens instantâneas são os principais meios de utilização, principalmente em smartphones.

Mas não para por aí. Em outra pesquisa, realizada pelo Instituto de Tecnologia Política de Washington, o entretenimento na internet afeta o sono dos usuários e diminui, em até 25%, sua produtividade no meio de trabalho. Segundo os dados do instituto, para cada hora gasta navegando na rede, cerca de 16 minutos de trabalho são perdidos. O engajamento do time, então, é comprometido, assim como sua produtividade.

O importante a saber é que as gerações mais novas, presentes no mercado de trabalho, são adeptas à tecnologia. Suas vidas estão parcialmente conectadas ao meio virtual, antes, durante e após o período de

execução de suas atividades laborais. Essa é uma potencial porta de entrada para gaps de produtividade, por exemplo.

Metas podem não estar sendo atingidas, prazos não sendo cumpridos e atividades não realizadas. Em alguns casos, a empresa pode experimentar perdas representativas de produtividade e impactos representativos sobre a disponibilidade do recurso de internet.



**SEM VISIBILIDADE
SOBRE O TRÁFEGO
INTERNO FICA DIFÍCIL
IDENTIFICAR GAPS DE
PRODUTIVIDADE**

A boa notícia é que existem soluções para criar visibilidade sobre o uso da internet nas empresas, assim como aplicar controles, sempre que necessário, sobre este recurso. Proporcionar visibilidade e oferecer acesso personalizado aos colaboradores, de acordo com sua necessidade laboral, é amplamente possível com o uso destas soluções.



CONSIDERAÇÕES FINAIS

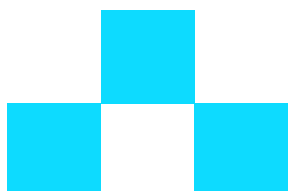
O mercado está recheado dos mais variados tipos de pessoas e gerações. Dinâmicas, críticas, produtivas e engajadas, é um grande desafio para o gestor de uma empresa estabelecer planos de relacionamento entre seus negócios e as gerações de funcionários. Isso porque é necessário saber lidar, especificadamente, com cada grupo e, conseqüentemente, com cada indivíduo.

Além de se ambientar com essas gerações, é importante criar um espaço acolhedor, com benefícios profissionais e consolidar uma boa liderança, assim como planos que incentivem o desenvolvimento destes indivíduos.

No entanto, para que isso possa acontecer, é preciso saber onde e como investir. Para isso, algumas dicas podem aprimorar a visão sobre o assunto. No e-book sobre como engajar um time e mantê-lo produtivo, por exemplo, são abordadas sugestões de Christian Barbosa, considerado o maior especialista em produtividade no Brasil.

Com uma breve contextualização sobre o perfil dos profissionais no mercado de trabalho e as dificuldades dos gestores, o e-book apresenta maneiras adequadas de contornar problemas de comunicação entre os líderes e os colaboradores. O material também oferece instruções para fazer uma gestão aprimorada do recurso de internet, para evitar problemas associados a segurança, produtividade e disponibilidade da internet em meio corporativo.

Portanto, é importante manter-se sempre atento no ambiente profissional para elaborar táticas específicas de relacionamento e estabelecer uma comunicação interna efetiva. É através de boas estratégias, com o apoio de ferramentas adequadas, que se alcança excelentes resultados com esse conjunto de gerações cada vez mais presente dentro dos ambientes empresariais.





CONTINUE LENDO

SE VOCÊ GOSTOU DO ASSUNTO E GOSTARIA DE NOVAS LEITURAS, FIQUE A VONTADE PARA CONSULTAR ATRAVÉS DOS LINKS ABAIXO TEMAS RELACIONADOS EM NOSSO PORTAL.



VOCÊ SE INTERESSOU PELO CONTEÚDO?

ESCLAREÇA SUAS DÚVIDAS COM
ESPECIALISTAS NO ASSUNTO

[CONVERSE COM ESPECIALISTA](#)



facebook.com/ostec



linkedin.com/company/ostec-business-security



contato@ostec.com.br



www.ostec.com.br



ostec.blog



ostec
Segurança digital de resultados